

# 多部门定下2020年民生清单 新年你会收获这些礼包

近期,国家发改委、住建部、工信部、财政部、交通运输部陆续召开年终工作会议,部署明年重点工作,晒出2020年民生清单。

着力稳地价稳房价稳预期,继续做好网络提速降费,力争2020年底全国所有地级市覆盖5G,稳步提高养老保障水平,做好重点农产品保供稳价,深化高速公路电子不停车快捷收费改革……新年,这些政策礼包将影响你的生活。

## 着力稳地价稳房价稳预期

全国住房和城乡建设工作会议提出,着力稳地价稳房价稳预期,保持房地产市场平稳健康发展。长期坚持房子是用来住的,不是用来炒的定位,不把房地产作为短期刺激经济的手段,继续稳妥实施房地产市场平稳健康发展长效机制方案,着力建立和完善房地产调控的体制机制。

中原地产首席分析师张大伟认为,再次明确要求“房住不炒”,代表了全国房地产的调控力度将依然维持之前的状态。“房住不炒”也代表了未来楼市政策将依然打击投机,保护真实居住需求。

2019年初楼市迎来一波“小阳春”后步入降温通道,到11月份,70个大中城市中,新房、二手房价格环比下跌的城市数量创新高。

2020年房价会怎样?根据中国社会科学院财经战略研究院发布的《中国住房市场发展月度分析报告(2019)12》,随着政策走势的进一步明确和房价总体波动性的降低,2020年初房地产市场“小阳春”现象难以再度出现。

## 继续做好网络提速降费

全国工业和信息化工作会议提出,继续做好网络提速降费,在扶贫助残领域实施精准降费。

按照2019年政府工作报告确定的目标,今年中小企业宽带平均资费再降低15%,移动网络流量平均资费再降低20%以上。工信部部长苗圩说,超额完成网络提速降费年度任务。

工信部最新数据显示,移动电话用户规模超16亿户,移动互联网流量保持高速增长,11月当月户均移动互联网接入流量(DOU)达8.27GB。

2020年继续做好网络提速降费,意味着中国网民上网体验将更加顺畅,也会省下更多的真金白银。

## 力争2020年底全国所有地级市覆盖5G

全国工业和信息化工作会议提出,稳步推进5G网络建设,深化共建共享,力争2020年底实现全国所有地级市覆盖5G网络。

2019年,中国正式启动5G商用。全国工业和信息化工作会议上透露的数据显示,全国已开通5G基站12.6万个。国际数据公司(IDC)预测,到2020年,5G智能手机出货量将达到1.9亿部,占总出货量14.4%的14%,同比增长15%。

5G,不只是比4G多1G。伴随着全国所有地级市覆盖5G网络,更多人将享受到5G带来的高速率、低时延的上网体验。

## 稳步提高养老保障水平

全国民政工作会议提出,着力保障和改善民生,切实增强人民群众福祉。积极推进健康中国战略,稳步提高养老保障水平。

养老金是老百姓托付给国家管理的“养命钱”,2019年退休人员的养老金实现15连涨,总体上涨4%左右。

不过,由于人口老龄化速度快,领取基本养老保险的退休人数不断增加,缴费人数与领取待遇人数的抚养比不断下降,养老负担越来越重,养老保险基金收支压力进一步增大。一段时间以来,“养老金不够发”牵动着中国民众的心。



资料图片

此前,中央经济工作会议提出,要兜住基本生活底线,确保养老金按时足额发放,加快推进养老保险全国统筹。这些举措都给广大退休人员发了一颗“定心丸”。

## 做好重点农产品保供稳价

全国发展和改革委员会提出,注重补短板强弱项提质量,切实办好民生

实事,千方百计稳定就业,全面打赢脱贫攻坚战,做好重点农产品保供稳价。

全国农业农村厅局长会议也明确,务必完成生猪稳产保供任务,千方百计增加供给、搞好调控,全力确保元旦春节肉品市场供应,千方百计促进生猪生产恢复,全力确保明年生猪恢复到接近常年水平,同时要毫不松懈抓好非洲猪瘟防控。

2019年,猪肉价格上涨扰动中国物价,11月份CPI同比涨幅达4.5%,猪肉价格上涨110.2%。2020年猪肉价格不能降下来,物价就不能降下来,民众十分关心。

农业农村部统计显示,11月生猪存栏和能繁母猪存栏双双出现止跌回升,生猪生产已扭转了持续下降的局面。随着明年生猪稳产保供稳价,猪肉价格逐步企稳回落有望可期。

## 深化高速公路电子不停车快捷收费改革

全国交通运输工作会议提出,2020年将进一步深化收费公路制度改革,深化高速公路电子不停车快捷收费改革。

数据显示,目前工程建设全面完成,改造完成487个省界收费站,ETC推广发行完成目标。截至12月18日,全国ETC客户累计达到1.92亿,撤站目标即将实现。

下一步,交通运输部将做好货车通行费计费方式改革调整工作,确保不增加货车通行费总体负担。深化ETC技术拓展应用,优化货车不停车快捷通行,继续推广高速公路差异化收费,优化落实“绿色通道”等政策。

取消高速公路省界收费站,实现不停车快捷收费,ETC还能享受优惠,“一脚油门踩到底”,广大车主们上路将更加省时、省钱。

## 住建部:2020年着力稳地价稳房价稳预期

全国住房和城乡建设工作会议23日在京召开。住房和城乡建设部部长王蒙徽全面总结2019年住房和城乡建设工作会议,分析面临的形势和问题,提出2020年工作总体要求,对重点工作任务作出部署。

王蒙徽表示,2020年要着力稳地价稳房价稳预期,保持房地产市场平稳健康发展。长期坚持房子是用来住的,不是用来炒的定位,不把房地产作为短期刺激经济的手段,继续稳妥实施房地产市场平稳健康发展长效机制方案,着力建立和完善房地产调控的体制机制。

他强调,要着力完善城镇住房保障体系,加大城市困难群众住房保障工作力度,抓好完善住房保障体系重点工作,争取形成可复制、可推广经验。并发展公租房,强化对环卫、公交等行业困难群体的精准帮扶。同时,进一步完善政策支持,做好城镇老旧小区改造工作。

在新市民住房方面,王蒙徽指出,将着力培育和发展租赁住房,促进解决新市民等群体的住房问题。培育机构化、规模化租赁企业,加大建立和完善政府主导的住房租赁管理服务体系,开展“美丽城市”建设试点,加快构建省、市、县三级CIM平台建设框架体系;系统化全域推进海绵城市建设,推进基础设施补短板 and 更新改造专项行动。

此外,王蒙徽指出,将建立住房和城乡建设管理和人居环境质量评价体系,开展“美丽城市”建设试点,加快构建省、市、县三级CIM平台建设框架体系;系统化全域推进海绵城市建设,推进基础设施补短板和更新改造专项行动。

中原地产首席分析师张大伟表示,此次会议强调2020年房地产调控仍将坚持以稳为主,进一步明确房地产调控基本原则不会改变,中央遏制房价上涨的决心不会改变。

此次会议部署中,没有再次强调“坚持因城施策、分类指导,夯实城市主体责任”“继续坚持调控政策的连续性稳定性”等具体调控思路,而以“不把房地产作为短期刺激经济的手段,继续稳妥实施房地产市场平稳健康发展长效机制方案,着力建立和完善房地产调控的体制机制”等表述作为工作指导。

张大伟表示,稳地价、稳房价、稳预期的长效管理调控机制,关键要处理好住房消费和投资、房地产和经济增长的协调关系,降低房地产的投资属性,回归居住属性。

中国社会科学院城市与竞争力研究中心主任倪鹏飞表示,从2016年开启的本轮调控在宏观经济复杂变化的形势下坚持下来,楼市初步稳定。2020年,在未有重大政策转向和意外事件冲击的情况下,总体市场将继续保持降温通道,不会产生剧烈波动。

据《经济参考报》

## 深度阅读 HENDUYUEDU

# 在线旅游平台新旅行生态争夺再升级

即将收官的2019年,伴随着消费的不断升级以及科技的快速迭代,旅游消费市场也在发生新变化。以交互为核心的新体验经济时代,越来越深刻地影响着人们的旅行需求,新一代的旅行玩乐消费市场已经到来。即将到来的2020年,依托技术、流量等优势赋能新旅行,各家旅游平台在消费端和供应端的营销争夺将更加白热化。

## 5G技术赋能新旅行

在线上赋能新旅行中,平台构建着人与人、人与生活、人与世界的连接,并在此过程中释放巨大的营销潜能。“移动互联网发展至今,‘新体验经济’时代已到来。以‘服务’为核心的体验经济1.0,全面转向以‘交互’为核心的体验经济2.0。而面对由此产生的新一代旅行玩乐消费,各行各业均在从中攫取新的营销机会。”马蜂窝旅游网联合创始人、CEO陈罡指出,如今消费者的体验链条被大大延长,从拿起手机的那一刻起,人们已经进入了商家创造的体验链条当中,全新的交互为人们塑造出全新的体验,也为商品本身赋予新的内涵与价值。

面对新的体验需求,各大旅游出行平台不遗余力地从多个维度探索新的赋能。以内容起家的马蜂窝就在近日召开的“2019新旅游电商大会”中提出,2020年将继续发挥自身战略优势,全面释放战略红利,实现旅游平台产业链与消费者之间的深度互动,带动交易的增长和产品的全面升级,为用户打造从种草、消费到互动的全链条旅游体验。在用户体验升级方面,也将继续根据用户所在地、兴趣点、消费习惯等综合数据,精准匹配需求,实现从“人找货”到“货找人”的转化,并对度假、签证等产品进行重新聚合,帮助用户更快速地找到所需产品,提升用户的消费决策效率。

在今年收获颇丰,而流量的争夺也日趋白热化。

在今年飞猪联合游首推推出的长达3小时的“全球玩酷大会”直播晚会中,飞猪、淘宝、优酷直播观看总人次超600万。来自飞猪旅行的数据显示,开元酒店的直播创下单场观看超4万人次、120多笔成交的直播带货纪录;万豪酒店的直播开播18秒即成交第一单,单价16999元的套餐2小时售出数十件;春秋旅游旗舰店首场直播一年多来,单日日均增长40%以上,引导购买转化率均超30%以上。过去一年飞猪平台上共直播超过2.6万场次,其中商家直播占比近80%,累计超过2万场。

事实上,从2016年起,国内各大OTA(在线旅游平台)就先后与直播平台达成合作,开始尝试直播“带货”。携程曾与一直播推出自制节目,途牛也曾与花椒直播合作成直播旅游频道。然而,相对低频次的旅游产品是否适合这种营销方式在业界颇有争议。有旅游行业人士指出,涉及吃住行游娱的旅游产品并非简单的标准产品,消费者在购买前需要考虑的因素很多,除了产品本身和价格,比如能否顺利请假等都在考虑之列,决策周期相对较长。再比如一些境外实时直播,如果遇到天气不佳等因素,直播效果也会大打折扣。

尽管每场直播直播的收看热度冷热不均,但获客成本较低,“带货”效果还不错等因素还是吸引各平台机构持续尝试。直播中伴随账号粉丝互动及黏度的不断提升,商家随时开播均可获得良好的流量导入,进而形成直播从引流到转化的良性循环。此前有数据显示,从百度等渠道获得一个用户的流量成本大概要200元至500元不等,但是在淘宝和飞猪直播获取流量的成本无疑低很多,一两万

## 直播旅行或成下一红利区

2019年直播“带货”成为商家的新战场,旅游商家也不例外。内容文化深度探索的“直播+旅游”的模式

元就能够获得近万的粉丝增长。另外,持续的直播也有利于商家与用户间建立情感连接,增加信任度,也有助于实现商品转化。今年天猫、11日期间,航空公司空姐、旅行社导游纷纷“撩起袖子”亲自上阵,通过飞猪和淘宝开启直播,24小时不停。

有旅游商家就表示:“现在还不开播,就跟产品没有详情页一样。”体验感是旅游产品的核心,而直播则能将体验感非常直观地呈现在消费者面前。在直播过程中,消费者能够与主播即时互动,结合平台提供的营销工具,边看边买,更能有效提高消费者的下单效率。行业专家分析表示,旅游直播和达人“带货”新玩法的大规模实践,也为行业开拓了一条新路,旅游很可能成为直播电商的下一个红利区。

## 内容生态布局再升级

新体验经济时代,平台和供应链端的旅游商家需要顺势而为、合作共赢。在马蜂窝旅游网副总裁周默看来,商家对于资源的了解是够深,但产出内容还需要从用户角度出发,切中用户需求,这对商家的内容运营能力提出了较高的要求。“旅游商家需要更多地深入内容生态,以优质内容为基石,获得更低成本曝光,攫取马蜂窝策略体系下的流量红利。同时,旅游平台、商家和用户之间的关系,也将从货架模式之下简单的生产与消费关系,变为交互体验之下多层次、多渠道双向互动关系。”

近日,马蜂窝发布的2020年“攻略+”营销战略,提出将围绕“攻略即服务”的核心理念,深耕兴趣社区与圈层玩法,扩展营销半径与营销场景,打造覆盖内容营销、IP营销与数字营销的全景营销图谱。“我们将基于不同场景、不同圈层打造的内容生

态,将实现用户从‘找内容’到‘逛内容’的行为路径转变,并借助大数据完成从‘人找内容’到‘内容找人’的升级。”周默说道。此外,马蜂窝还启动了“地球发现计划”营销IP,该计划将联动马蜂窝平台旅行达人,前往世界各地挖掘新奇旅行体验,生产优质旅行内容,并为用户、达人及行业合作伙伴营造多维立体的交互体验场景。

无独有偶,穷游不久前也在其发布的“2020先锋计划”中表示,将进一步赋能旅游达人成长,从流量、运营、商业三方面发力。流量侧,将提供上亿站内流量支持,为达人提供更多的曝光展示机会;运营侧,达人将基于某个目的地、兴趣领域的内容创作优势,提供更多的体验机会,并获得相应的荣誉认证。同时,穷游仍将持续深度运营《上瘾团》《三天两夜》等IP项目;商业侧,穷游为达人与品牌

建立连接的同时,将打造更多有趣、有效的营销案例,提升品牌在旅游行业及用户中的认知度,并帮助达人实现内容变现。2019年双11期间,穷游内容与飞猪联手打造“超级推荐”板块,通过整合达人内容私域赋能,以优质内容种草带动商品交易,达人“带货”总GMV(成交总额)占比超过14%,其中23位穷游头部达人获得超百万收入。“成熟的达人体系已成为穷游内容生态的核心之一,也是穷游内容生态赋能行业的重要组成。”穷游网副总裁崔程表示。

在品牌的闭环打造方面,飞猪则在2019年打造了区别OTA的新赛道。今年双11之前,飞猪上线了“新店店铺运营体系”,借助新店上线用户通过交易就同时完成了注册会员和关注店铺的归属,每一笔交易完成后,商家将沉淀属于自己的消费者。

据《经济参考报》



资料图片